Rok I. Warszawa, dnia 19 czerwca 1938 r. Nr. 19 (5)

BIULETYN GOSPODARCZY

ŚWIATOWEGO ZWIĄZKU POLAKÓW Z ZAGRANICY

Redakcja i Administracja: Warszawa, ul. Mazowiecka 1. Tel. 666-04 i 666-07. Konto PKO. 13414.

HANDEL I PRZEMYSŁ

Zjazd Federacji Zrzeszeń Kupiectwa Polskiego w Stanach Zjednoczonych

W Detroit odbył się drugi zjazd Federacji Zrzeszeń Kupiectwa Polskiego w Stanach Zjednoczonych, organizacji powołanej dla skonsolidowania licznego na wychodźtwie w Stanach Zjednoczonych polskiego kupiectwa. Dotychczasowa działalność Federacji w dużym stopniu przyczyniła się do stworzenia warunków dla urzeczywistnienia tego zadania. Zjazd w Detroit otworzył nowy etap tej działalności, która — spodziewać się należy — przyniesie dalsze owocne wyniki.

Na zjeździe było reprezentowanych 26 zrzeszeń przez 56 delegatów z Cleveland, Chicago, Detroit, Homtromch, Pittsburgh, Sonth Bend, Toledo, New York. Przybył na zjazd również konsul R. P. p. Aleksander Moc z Chicago.

Zjazdowi przewodniczył p. Fr. Nowak z Chicago, wiceprezesami byli p. Fijałkowska i p. Sporny, sekretarzował p. Listkowski.

Obszerne sprawozdanie z dotychczasowej działalności Federacji złożył jej prezes, p. B. Filipiak, podkreślając na wstępie zasługi dla organizacji konsula Moca, prasy oraz duchowieństwa. Ze sprawozdania wynika, że od czasu powstania Federacji zorganizowano 24 nowe zrzeszenia kupieckie w szeregu miejscowości Stanów Zjednoczonych, co świadczy o dużym wysiłku propagandowym i organizacyjnym, który upowszechnił wśród kupiectwa polskiego zrozumienie potrzeby i korzyści zrzeszania się w organizacjach zawodowych.

Rozwój organizacji przedstawił sekretarz Federacji, p. Bełżecki, szkicując zarazem obszerny plan działalności na przyszłość. Mniej pomyślnie wypadło sprawozdanie kasjera, z którego wynikało, że szereg organizacji zalega z opłacaniem przypadających od nich składek.

Pierwszy referat wygłosił p. Listkowski, podkreślając konieczność wytrwałej i cierpliwej pracy oraz dużej dobrej woli dla osiągnięcia celów, jakie postawiła sobie do osiągnięcia Federacja. Zalecając dalsze wydawanie „Przewodnika Kupieckiego" referent proponował wydawanie Kalendarza Kupieckiego, urządzanie wycieczek do Polski oraz zaangażowanie fachowego kierownika biura kupieckiego.

Następny, bardzo ciekawy referat wygłosił profesor Wyższej Szkoły Northeastern, p. Karol Nowak, zalecając utworzenie wspólnego biura zakupów, gdyż ono tylko może zapewnić byt i rozwój niezależnego drobnego kupiectwa polskiego.

Komisja budżetu zaproponowała go w wysokości 5.000 dolarów rocznie. Dotychczasowy organizator — instruktor Federacji, p. K. Herse, pracujący w ciągu ostatnich dwóch lat bezinteresownie dla organizacji, zgłosił rezygnację, którą zjazd przyjął do wiadomości, wyrażając p. Hersemu podziękowanie i uznanie za jego pracę.

Dłuższą dyskusję wywołała sprawa siedziby Federacji, na którą ostatecznie ustalono Detroit, uważając, że dla dalszego rozwoju organizacji koniecznym jest, by jej siedziba przeszła kolejno przez największe ośrodki polskie.

Wobec wyboru na siedzibę Federacji Detroit do zarządu głównego powołano: na prezesa — Franciszka Gaca, na wiceprezesów — W. Wójcikowskiego i St. Gwizdowską, na sekretarza — St. Bełżeckiego, na kasjera — St. Nycka, na dyrektorów zarządu głównego powołano: Fr. Polkowskiego, Ad. Łukasiewicza, M. Linkiewicza i Fr. Sporną, na dyrektorów z okręgów: S. Listkowski z Cleveland, J. Falkowska z Pittsburgha, J. Piech z Chicago, B. Minczewski z South Bend, J. Jakiel z Buffalo i J. Młynarczyk z Toledo.

Miejsce przyszłego zjazdu Federacji ustalono w Chicago.

W dowód uznania dla pracy pierwszego prezesa Federacji, p. Filipiaka, zjazd powołał go na honorowego prezesa, zaś konsulowi Mocowi i wiceprezesce

p. Dąbrowskiej zjazd wyraził uznanie przez powstanie.

Wyniki odbytego zjazdu okażą się z dalszej działalności Federacji pod kierownictwem nowego zarządu. W przeciwieństwie do pierwszego, organizacyjnego zjazdu, który miał wielką atrakcję w pierwszej w dziejach Polonii Amerykańskiej delegacji kupiectwa z Polski, zjazd tegoroczny był mniej atrakcyjny ale poświęcony żmudnej, codziennej pracy nad utrwaleniem bytu organizacji.

Należy szczerze życzyć, by dalsza działalność Federacji rozwijała się jak najpomyślniej, gdyż to przyniesie niewątpliwie korzyści kupiectwu polskiemu w Stanach Zjednoczonych. Jest rzeczą zupełnie zrozumiałą, że dotychczasowy okres istnienia Federacji był za krótki, by wszystkie określone statutem zadania mogły być już w całości wykonane, tym bardziej, że nie zależało to wyłącznie od zarządu głównego, lecz od ogółu kupiectwa polskiego, które wówczas będzie miało silną organizację, gdy jak jeden mąż stanie w jej szeregach i rzetelnie nad jej rozwojem pracować będzie. Jak dotąd trzeba było niemałej pracy, aby ten oczywisty fakt powszechnie został zrozumiany. Świadomość, że wiele jeszcze pozostaje do zrozumienia, powinna być nie okazją do samej tylko krytyki, ale właśnie bodźcem do przyczynienia się do rozwoju Federacji. Należy życzyć Federacji, aby nie miała powodu obawiania się krytyki szczerej i rzeczowej i aby miała jak najwięcej krytyków, którzy będą nie tylko wytykać usterki, ale i pracować nad ich usunięciem, dla wspólnego dobra — ogółu kupiectwa polskiego w Stanach Zjednoczonych.

W. K.

Trzeba zwalczać marnotrawstwo!

Cóżbyśmy powiedzieli o człowieku interesów, który instaluje w swej fabryce maszyny, ale ich nie wyzyskuje i po krótkim czasie nabywa nowe? Jaką opinię mielibyśmy o kupcu, który sprowadza do sklepu wielkie ilości np. opakowania, ale zwala je na stertę i oddaje na pastwę zniszczenia? Czy moglibyśmy mieć zaufanie do człowieka który wyrzuca pieniądze za okno i wskutek tego co pewien czas odczuwa ich brak?

Przykłady marnotrawstwa można dawać setkami. Odmian marnotrawstwa jest dziesiątki tysięcy. Ludzi, którzy powinni być uważani za marnotrawców mamy pełno dookoła siebie. A może nawet sami do nich powinniśmy się zaliczać? Kto to wie?

Bo, pomyślmy tylko: w iluż to przypadkach nie wyzyskujemy w należyty sposób posiadanych urządzeń W iluż to przypadkach nie wyciskamy wszystkiego z kapitałów, narzędzi, miejsca, energii — jakimi rozporządzamy? A przecież zużycie tylko cząstki tego, co mogłoby być i powinnoby być wyzyskane jest typowym i najbardziej rozpowszechnionym przykładem właśnie owego marnotrawstwa!

Powiedzmy sobie otwarcie, choć poufnie: żadne stworzenie na świecie nie niszczy bezpożytecznie tyle czasu, zdrowia, sił, energii, kapitałów, towarów, maszyn, miejsca — co człowiek. O tym, że nie potrafimy gospodarować czasem, że nie używamy zegarka, że nie cenimy kalendarza, że nie szanujemy punktualności, wiemy doskonale nie tylko z obserwacji, ale również z własnego doświadczenia. O tym, że lekceważymy zdrowie, nie zapobiegając chorobom i zbyt wczesnej starości, aby zaraz później łożyć setki i tysiące na porady lekarskie i medykamenty — wiemy również z własnego — niestety! — doświadczenia. Tak samo doskonale zdajemy sobie po niewczasie sprawę, że można było inaczej gospodarować siłami fizycznymi, wyrabiając w sobie odporność i sprawność muskułów; że trzeba było również lepiej gospodarować siłami umysłu, ćwicząc mózg, nie dając mu obrosnąć mchem ogłupienia; że należało od wczesnej młodości mądrze zarządzać siłami nerwów, aby się nie poddawać troskom i umieć je zwalczać!

Nie potrzeba mówić o błędach, popełnianych przy obracaniu kapitałami; nie trzeba dowodów, że przez brak dozoru i przez brak starań niszczymy na każdym kroku towary kupione dla własnego użytku, lub kupione do dalszej sprzedaży albo przeróbki i że z tego źródła wynikają milionowe straty! Przez niedostateczne wyszkolenie techniczne nie umiemy bardzo często wydobyć z maszyn ich maksymalnej sprawności, sprowadzamy maszyny nieodpowiednie, niszczymy je przez brak opieki fachowej.

Na każdym kroku potrafimy zaobserwować, że niedozór, nieostrożność nieprzezorność, niepunktualność, niedokładność i nieumiejętność rodzą przeróżnego rodzaju straty, które dotykają zarówno kieszeni jednostek jak i jednej wielkiej kieszeni całego Państwa.

Często przejawy marnotrawstwa są wręcz oczywiste: czyż nie wyrzucamy na tzw. śmietnik odpadków lnianych, bawełnianych, szmelcu żelaznego? Na owym śmietniku odpadki te niszczeją bardzo szybko i już nie nadadzą się do ponownego przerobu, tak jakby się nadawały, gdyby je przechowano umiejętnie, starannie. Skórki pomarańczowe, stary papier, skrzynki drewniane, folia, pudełka kartonowe, stare szmaty, żelastwo — setki tego rodzaju

pozornie bezużytecznych odpadków może się stać cennym surowcem, poszukiwanym i skupywanym przez przemysł.

Kupiec może i powinien wypowiedzieć walkę marnotrawstwu! Za jego przykładem pójdą niewątpliwie zarówno wytwórcy jak i spożywcy. Sklep kupca musi się stać przykładem mądrze oszczędnej gospodarki: przechowywanie i rozmieszczanie towarów, zabezpieczania ich przed zniszczeniem i kradzieżą, praca sprzedawców, organizacja kontroli sprzedaży, przebieg obsługi — wszystko to niechaj będzie prowadzone z punktu widzenia zapobiegania jakiemukolwiek marnotrawstwu.

Pomocniczy magazyn towarowy kupca będzie więc wzorowy. Stare opakowanie — posortowane i przygotowane do odsprzedaży; stare sznurki, butelki, skrzynie, worki, blaszanki, torby — przecież można je zamienić na brzęczącą monetę. Szczurów i myszy — ani śladu, bo już z tego choćby powodu można będzie zaoszczędzić rocznie poważną sumę na niezniszczonych towarach. Wentylator i chłodnia zapewnią towarom dłuższy żywot w takim stanie, aby można je było sprzedawać jako istotnie świeże i dobre.

Zwalczanie marnotrawstwa nie ma nic wspólnego ze skąpstwem. Nieraz przecież skąpiec jest typowym marnotrawcą: sam nie zje i drugiemu nie da. Toteż nie chodzi o przesadną oszczędność: chodzi tylko o rozumne, bardzo rozumne zastanowienie się nad wszystkim, co wydaje się głupstwem, drobiazgiem, rzeczą zbyteczną, odpadkiem, i o rozumne wyciągnięcie z tego wniosków.

Z CYKLU ARTYKUŁÓW INSTRUKCYJNYCH

Prospekt sklepu

Jednym z dobrych środków reklamowych jest dobry prospekt. Nieudolnie przygotowany niedbale wykonany, szablonowy prospekt jest zwykłem marnowaniem pieniędzy: odbiorcy wyrzucają go do kosza bez czytania. Jeśli nawet prospekt zostanie odczytany, wywoła z pewnością tak niekorzystne wrażenie, że lepiej wogóle nie zabiegać o to czytanie.

Z prospektów, jako sposobów zwracania uwagi, wzbudzania zaciekawienia i zainteresowania, informowania klientów o towarach i o usługach, korzysta przemysł już oddawna. Handel, a w pierwszej linii handel detaliczny mało i rzadko wyzyskuje prospekt, choć można z niego uczynić narzędzie sporego znaczenia. Narzędzie reklamowe niekosztowne, zawsze aktualne i opłacające się.

Prospekty można rozsyłać, można je rozdawać, można wkładać je w paczki towarów, czynić z nich załączniki do listów, cenników, próbek. Już przez to samo, że tak wiele może być sposobów dystrybucji, rozdzielania — prospekt powinien być stosowany w większej mierze, niż dotychczas.

Co powinien zawierać dobry prospekt? Niewiele treści: w żadnym razie nie powinien wyliczać wszystkich odmian towarów, gatunków, rodzajów. Prospekt nie jest katalogiem, nie jest cennikiem. Celem prospektu jest zwrócenie uwagi na jeden, albo najwyżej na kilka artykułów i przekonanie czytelnika, dlaczego powinien on skorzystać z dobrej sposobności zakupienia właśnie tych, a nie innych towarów.

Prospekt powinien być ilustrowany. Sklep z bielizną nie potrzebuje w prospekcie rysować elegantów, ale może dać fotografię wnętrza magazynu. Taka fotografia najlepiej przemówi do przyszłego klienta: patrz jak jesteśmy zaopatrzeni, patrz, jak wygląda kawałek naszego sklepu. Sklep kolonialny również może skorzystać z fotografii. Może nawet dać fotografię podkolorowaną, aby dosadniej pszedstawić piękno owoców, słodyczy, win i t. p.

Wykonanie graficzne stać powinno na wysokim poziomie. Czcionka, farba, układ tekstu, papier — wszystko powinno być obmyślone. Lepiej zapłacić za prospekt 20% drożej, a mieć z tego pożytek aniżeli zamówić druk w byle drukarni, oszczędzić na tem kilka złotych, całość zaś zmarnować.

Rozmiar prospektu zależy w dużej mierze od rodzaju artykułów, jakie się reklamuje, od rodzaju klientów, których się zamierza pozyskać oraz od sposobu kolportowania prospektów. j.

Zadania i struktura Zrzeszeń Kupieckich

Odbyty niedawno w Warszawie Ogólnopolski Kongres Kupiectwa Chrześcijańskiego na specjalną uwagę poświęcił wielkiego znaczenia problemowi zrzeszenia się kupców w organizacjach zawodowych, powołanych do obrony interesów zbiorowych i ułatwienia rozwoju warsztatów pracy przez samopomoc, ofertę na wspólnym wysiłku. Uchwały Kongresu w tej sprawie zawierają wskazówki cenne nie tylko dla kupiectwa na terenie kraju, ale również dla handlu polskiego na obczyźnie.

Kongres stwierdził m. in:

1. że zadania zrzeszeń kupieckich tak w dziedzinie obrony zawodowej poszczególnych przedsiębiorstw jak i nad usprawnieniem całego handlu w interesie gospodarki narodowej, są w chwili obecnej szczególnie doniosłe;
2. że od należytej działalności zrzeszeń zależy w wielkiej mierze przyszły rozwój handlu;

3. że możliwość odpowiedniego wykonywania zadań ciążących na zrzeszeniach kupieckich uwarunkowania jest w dużym stopniu właściwą stukturą organizacyjną tych zrzeszeń;
4. że istnieje jeszcze duża liczba niezorganizowanych kupców.

W tym stanie rzeczy Ogólnopolski Kongres Kupiectwa Chrześcijańskiego podkreśla pilną potrzebę **ujednolicenia i dalszej rozbudowy** struktury organizacyjnej kupiectwa polskiego.

W tym celu należy:

a) skupić w jednej ogólnopolskiej organizacji centralnej całe kupiectwo chrześcijańskie, tak w przekroju terytorialnym jak i branżowym (nie wyłączając agentów handlowych);
b) doprowadzić do połączenia wszystkich zrzeszeń kupieckich, działających na terenie jednego okręgu gospodarczego w jeden związek zrzeszeń;
c) równolegle rozbudowywać organizację terytorialną i branżową, gdyż pierwsza jest potrzebna do opracowywania zagadnień ogólnokupieckich, druga do spraw ściśle fachowych:
d) podjąć energiczne prace nad zorganizowaniem dotychczas jeszcze niezrzeszonych kupców, w szczególności wśród drobnego kupiectwa.

Celem zrealizowania powyższych zadań, Kongres wzywa i zobowiązuje całe kupiectwo do **jak najczynniejszego udziału zarówno w pracy na terenie zrzeszeń zawodowych jak i w niezbędnych dla tej akcji świadczeniach pieniężnych. Wymaga tego dobrze zrozumiany interes własny.**

Przygotowywanie do zawodu osób czynnych w handlu

W uchwale, powziętej w sprawie dokształcenia kupców Ogólnopolski Kongres Kupiectwa Chrześcijańskiego stwierdził:

1. że usprawnienie procesów wymiany w Polsce zależne jest w pierwszym rzędzie od wysokiego poziomu etycznego i zawodowego osób czynnych w handlu;
2. że głębokie zmiany, zachodzące w układzie i rozwoju stosunków gospodarczych, oraz stały postęp wiedzy we wszelkich dziedzinach pracy ludzkiej, nakazują kupiectwu nieustanne uzupełnienie swych wiadomości zawodowych.

W tych warunkach:

a) jak najszersze rzesze kupiectwa powinny być objęte planową akcją dokształcenia zawodowego, realizowaną na drodze skoordynowanego wysiłku zrzeszeń kupieckich;
b) akcja powszechnego dokształcania powinna być prowadzona na podstawie uprzedniego stwierdzenia konkretnych braków aparatu handlowego w poszczególnych ośrodkach i branżach handlu;
c) w pracy dokształceniowej wśród kupiectwa polskiego powinny być uwzględnione różnorodne metody dydaktyczne, a mianowicie:
   1. kursy encyklopedyczne lub specjalne, odczyty i pogadanki—zwłaszcza radiowe, pokazy i konkursy:
   2. literatura fachowa, bądź specjalnie wydawana (np. Bibliotoka Kupca - Detalisty, prowadzona przez Izbę Przemysłowo-Handlową w Warszawie), bądź odpowiednio kompletowana:
   3. poradnictwo indywidualne oraz zbiorowe w połączeniu z akcją instrukcyjną w terenie.

KRONIKA

FRANCJA

Kupiectwo i rzemiosło polskie w Paryżu jest zagrożone w swej egzystencji

„Rzemiosło i kupiectwo polskie w Okręgu paryskim w ostatnich czasach stanęło przed zjawiskiem dotąd mu nie znanym, t. j. zupełnym brakiem klijenteli, z powodu wytworzonej sytuacji gospodarczej, która całym ciężarem swych skutków spada na drobnego kupca i wytwórcę w ogólności, a Polaków w szczególności. — Silny wzrost drobnych zakładów francuskich, wywołany chronicznym bezrobociem robotników kwalifikowanych, pomniejszenie rynku zbytu, nastroje przeciw obcokrajowcom wśród mieszczaństwa francuskiego, jako głównego klienta, wreszcie słaba pozycja gospodarcza rzemieślnika i kupca polskiego są czynnikiem, który może doprowadzić do zupełnej likwidacji stanu trzeciego na wychodźtwie w okręgu paryskim. — Ażeby sprostać zadaniom utrzymania polskich placówek, Związek czyni wszelkie wysiłki ku temu, by ułatwić przetrwanie najcięższego okresu dla kupiectwa i rzemiosła polskiego.

Wynika z tego, że dostatecznie liczna kolonia polska w okręgu paryskim może w poczuciu swego obowiązku narodowego przyczynić się dla wzmocnienia rzemiosła i kupiectwa polskiego, stając się jego klientem i w miarę możności zaspakajać swoje potrzeby codzienne w zakładach kupców i rzemieślników polskich. Dotyczy to również wszystkich instytucyj polskich. które powinny przekazywać wszelkie roboty polskiemu rzemiosłu".

* * *

W parlamencie francuskim rozpatrywany jest obecnie rządowy projekt ustawy w przedmiocie „czarnej pracy".

Pojęcie „czarnej pracy" obejmuje wszelką pracę, wykonywaną w celach zarobkowych ubocznie, w czasie wolnym od właściwego zajęcia zarobkowego.

Zwiększenie sumy czasu wolnego od zajęć, jakie osiągnięto we Francji przez wprowadzenie 40-godzinnego tygodnia pracy i płatnych urlopów, przyczyniło się do większego rozpowszechnienia się „czarnej pracy", która stanowi bardzo poważną konkurencję, w pierwszym rzędzie dla rzemieślników.

To też rząd rozszerzył obecnie zakaz „czarnej pracy", którym dawniej objęci byli tylko funkcjonariusze państwowi. na personel przedsiębiorstw prywatnych.

W myśl projektu nowej ustawy, odpowiedzialność za wykonywanie „czarnej pracy" ponoszą zarówno pracodawcy jak i pracownicy. Urzędnikom państwowym, samorządowym nie wolno prowadzić żadnych przedsiębiorstw przemyslowych, handlowych lub rzemieślniczych, a pracownikom zatrudnionym w przedsiębiorstwach prywatnych na podstawie umowy o pracę lub naukę — nie wolno wykonywać poza pracą przewidzianą w umowie żadnych innych zajęć o charakterze handlowym lub rzemieślniczym. Za przekroczenie tego przepisu grozi kara od 1 do 5 fr. za każdy dzień nieprawnie przepracowany, i od 6 do 15 fr. przy powtórnym przekroczeniu przepisu.

Takiej samej karze podlega również pracodawca, o ile wie, że pracownik ma zajęcie w innym przedsiębiorstwie, lub pozostaje na płatnym urlopie.

Wydawca: Światowy Związek Polaków z Zagranicy: Inż. J. Grabowski Redaktor Wydawnictw Ś. Z. P. z Z.: Wł. Oszelda

Drukarnia „Wiek Nowy", Warszawa, ul. Nowe-Miasto 1, tel. 11-33-05